

## Arbeitskreis 2 – Strategieentwicklung 2030+ Kick-Off Veranstaltung - 23. Januar 2023

Willkommen am  
RWTH Aachen Campus!



# Agenda – Kick-off Arbeitskreis 2

1	Ankommen und Begrüßung	09:00 – 09:15
2	Vorstellung der Teilnehmende	09:15 – 10:00
3	Vorstellung Strategie & Projektvorgehen	10:00 – 10:30
	<i>Kaffeepause</i>	<i>10:30 – 10:45</i>
4	Zielsetzung und Erwartungen	10:45 – 11:15
5	Vorstellung der Trends	11:15 – 12:00
	<i>Mittagspause</i>	<i>12:00 – 12:45</i>
6	Tour am RWTH Campus	12:45 – 13:30
7	Diskussion der Trends und Chancen	13:30 – 15:00
8	Wrap-Up und nächste Schritte	15:00 – 15:15

# Agenda – Kick-off Arbeitskreis 2

1	Ankommen und Begrüßung	09:00 – 09:15
2	Vorstellung der Teilnehmende	09:15 – 10:00
3	Vorstellung Strategie & Projektvorgehen	10:00 – 10:30
	<i>Kaffeepause</i>	10:30 – 10:45
4	Zielsetzung und Erwartungen	10:45 – 11:15
5	Vorstellung der Trends	11:15 – 12:00
	<i>Mittagspause</i>	12:00 – 12:45
6	Tour am RWTH Campus	12:45 – 13:30
7	Diskussion der Trends und Chancen	13:30 – 15:00
8	Wrap-Up und nächste Schritte	15:00 – 15:15

# Agenda – Kick-off Arbeitskreis 2

1	Ankommen und Begrüßung	09:00 – 09:15
2	Vorstellung der Teilnehmende	09:15 – 10:00
3	Vorstellung Strategie & Projektvorgehen	10:00 – 10:30
	<i>Kaffeepause</i>	10:30 – 10:45
4	Zielsetzung und Erwartungen	10:45 – 11:15
5	Vorstellung der Trends	11:15 – 12:00
	<i>Mittagspause</i>	12:00 – 12:45
6	Tour am RWTH Campus	12:45 – 13:30
7	Diskussion der Trends und Chancen	13:30 – 15:00
8	Wrap-Up und nächste Schritte	15:00 – 15:15

# Vorstellung aller Teilnehmenden



**Matthias Oly**



**Henning Neumann**

**Das Arbeitskreis-Team**



**Benedict Janssen**



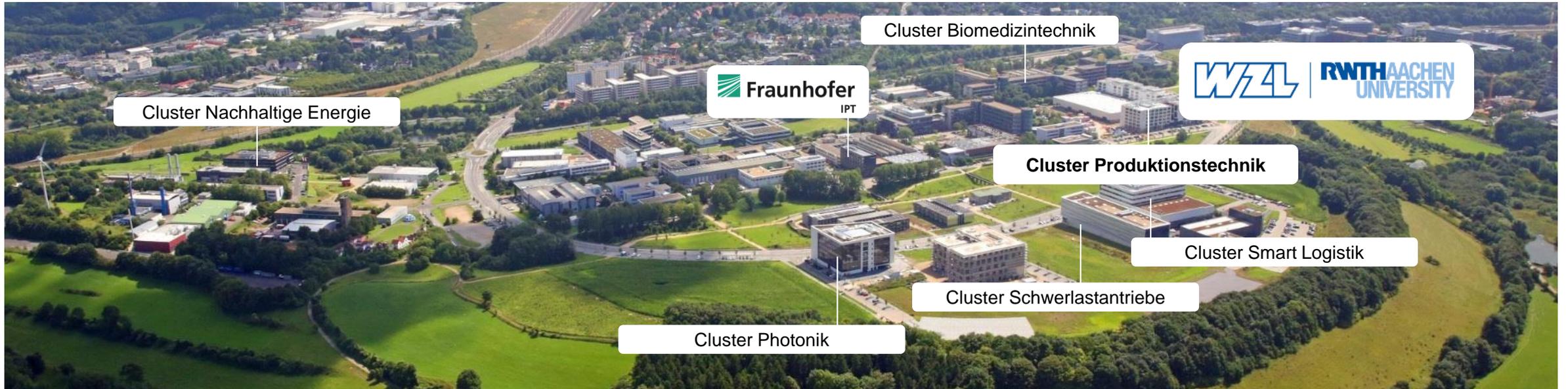
**Tim Hommen**



**Anne Schoppmeier**

# RWTH Aachen Campus

## Einzigartiges Umfeld aus Forschung und Industrie



Cluster Smart Logistik



Cluster Produktionstechnik



e.VOLUT-ON



# Produktionstechnik an der RWTH Aachen



## Werkzeugmaschinenlabor WZL der RWTH Aachen

- Institut der RWTH-Aachen
- 1906 gegründet
- 814 MitarbeiterInnen
- 16.000 m<sup>2</sup> Bürofläche und Labore



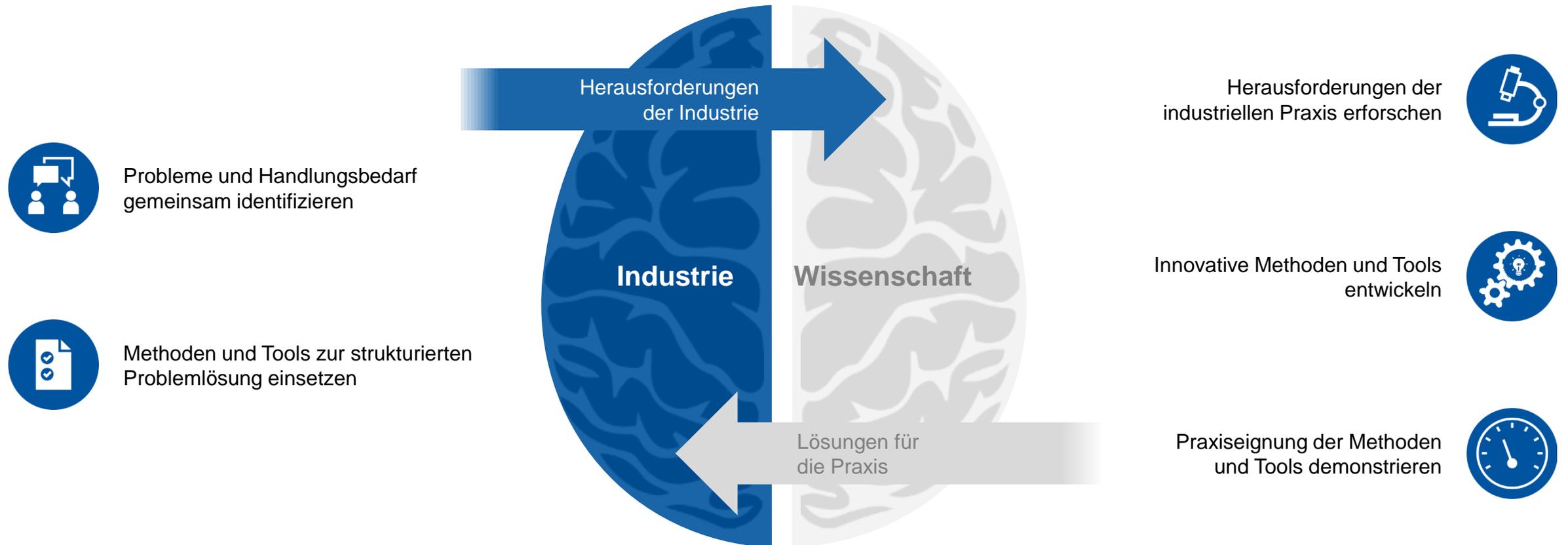
## Fraunhofer-Institut für Produktionstechnologie IPT

- Institut der Fraunhofer-Gesellschaft
- 1980 gegründet
- 459 MitarbeiterInnen
- 9000 m<sup>2</sup> Bürofläche und Labore
- Zertifiziert nach DIN EN ISO 9001: 2008



# Arbeitsweise WZL – Wissenschaft für die Praxis

Problemlösungen von der anwendungsorientierten Wissenschaft für die Praxis



## Agenda – Kick-off Arbeitskreis 2

1	Ankommen und Begrüßung	09:00 – 09:15
2	Vorstellung der Teilnehmende	09:15 – 10:00
3	Vorstellung Strategie & Projektvorgehen	10:00 – 10:30
	<i>Kaffeepause</i>	10:30 – 10:45
4	Zielsetzung und Erwartungen	10:45 – 11:15
5	Vorstellung der Trends	11:15 – 12:00
	<i>Mittagspause</i>	12:00 – 12:45
6	Tour am RWTH Campus	12:45 – 13:30
7	Diskussion der Trends und Chancen	13:30 – 15:00
8	Wrap-Up und nächste Schritte	15:00 – 15:15

## Projektfokus

### Herausforderungen und Transformationstreiber

Neue Antriebskonzepte  
und Energieträger

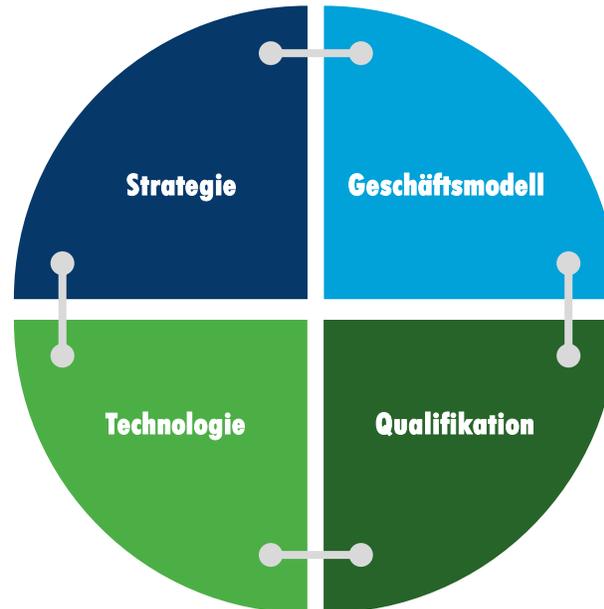
Zirkuläre Wertschöpfung  
und CO<sub>2</sub>-Reduzierung

Stabilisierung  
der Lieferketten

Entwicklung  
von Fachkräften

Industrie 4.0 und  
Digitalisierung der Arbeit

### Handlungsfelder für eine erfolgreiche Transformation



### Unsere kostenfreien Angebote für die Unternehmen der Region

Individuelle Transformationspotenzial-Audits

Themenbezogene Benchmarking-Studien

Besuche von Best-Practice-Unternehmen

Technologie- und Strategieberatung

Erhebung von Qualifizierungsbedarfen

Industrie-4.0-Lernparcours

Betriebliche Weiterbildungsformate

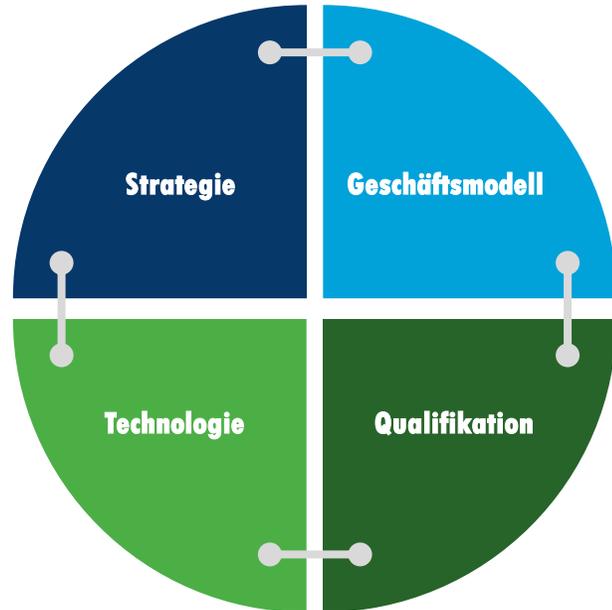
Gemeinsame Strategieentwicklung

Kreativitäts- und Innovationsworkshops

Fachkonferenzen und Zugang zu Expert:innen

Hilfe bei der Beantragung von Fördermitteln

## Arbeitskreise



**Arbeitskreis 1**  
**Agilität und Transformationspotenziale**

**Arbeitskreis 2**  
**Strategieentwicklung 2030+**

**Arbeitskreis 3**  
**Benchmarking und Good Practices**

**Arbeitskreis 4**  
**Neue Technologien und Geschäftsmodelle**

**Arbeitskreis 5**  
**Entwicklungssystematik und kollaboratives Arbeiten**

**Arbeitskreis 6**  
**Produktionssystematik und Industrie 4.0**

**Arbeitskreis 7**  
**Weiterbildungsbedarfe und Qualifizierungsformate**



Der Projektfokus konkretisiert sich in sieben Arbeitskreisen, zu deren Mitgestaltung die Unternehmen und weiteren Akteursgruppen der regionalen Fahrzeug- und Zulieferindustrie eingeladen sind. Fachlich begleitet werden die Arbeitskreise durch die Expertise der Hochschulvertreter:innen sowie die Repräsentant:innen der Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbände.

## Strategiedefinition nach Michael E. Porter & Alfred D. Chandler



**Michael E. Porter (1980)**  
Professor an der Harvard Business School  
für Strategie und Wettbewerbsfähigkeit

*„Competitive Strategy is about being **different**.  
It means deliberately **choosing** a different set of  
activities to deliver a **unique mix of values**.“*



**Alfred D. Chandler (1962)**  
Dozent am MIT und bekannt für das Buch  
„Strategy and Structure“

*„Strategy can be defined as the determination of  
the basic **long-term goals and objectives** of an  
enterprise, and the adoption of courses of action  
and the allocation of resources necessary for  
carrying out those goals.“*

Die Definitionen von A. Chandler und M. Porter ergänzen sich zu einem kompakten Grundverständnis über den Begriff Strategie

## Inhalt einer Strategie: Die „Five P’s of Strategy“ nach Mintzberg



**Henry Mintzberg (1987)**  
*Professor für Betriebswirtschaftslehre an  
der McGill University in Montreal, Kanada*

### **Plan**

Strategie als Plan (Weg-Ziel-Beschreibung)

### **Ploy**

Strategie als Spielzug (bezogen auf die Wettbewerber)

### **Pattern**

Strategie als Muster in Entscheidungen und Handlungen

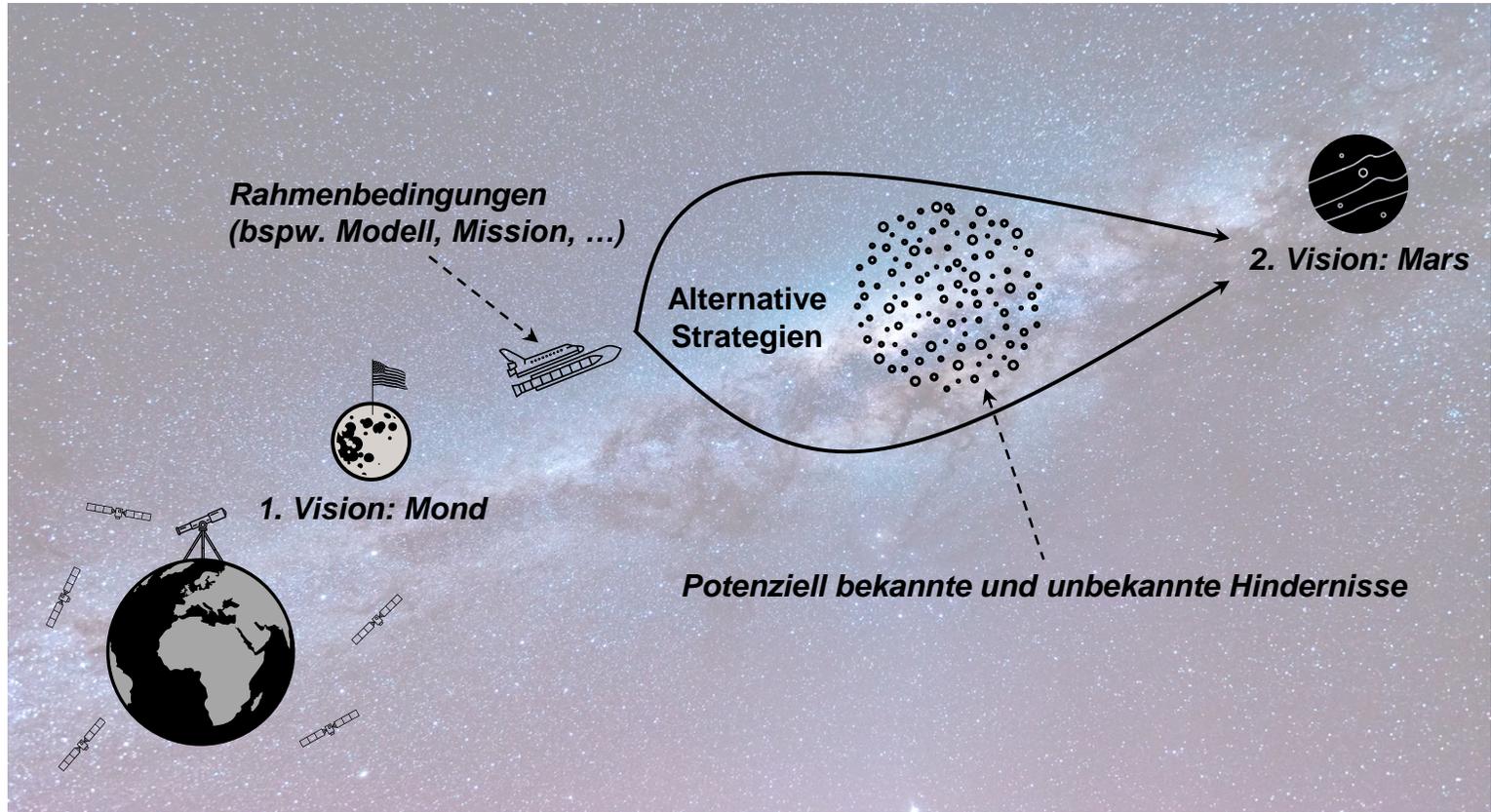
### **Position**

Strategie als Positionierung des Unternehmens in seiner Umwelt

### **Perspective**

Strategie als kollektive Wahrnehmung der (Um-)Welt durch das Unternehmen

# Eine Strategie dient als Unternehmenskompass, auch bei Kursänderungen im Falle unvorhergesehener Risiken



**Vision<sup>1</sup>**



*Eine Vision beschreibt eine bessere Zukunft  
– sie ist ein „Traum mit Verfallsdatum“ und  
muss regelmäßig erneuert werden.*



**Strategie<sup>1</sup>**



*Strategie definiert die langfristige  
Verhaltensweise zur Erreichung von  
langfristig gesteckten Zielen.*



**Mission<sup>1</sup>**



*Unter einer umfassend ausformulierten  
Mission wird ein Leitbild oder ein  
Mission Statement verstanden.*

# Vision und Mission in der Praxis: Audi. Vorsprung. 2025.

## ● Vision

*Vorsprung ist unser Versprechen.*

*Wir begeistern durch nachhaltige, individuelle Premium-Mobilität. Basis bleiben unsere Premium-Fahrzeuge.*

## ● Mission



### Digital

- *Substanzielles operatives Ergebnis durch digitale Services und neue Geschäftsmodelle*
- *Entwicklung einer skalierbaren Softwareplattform mit einheitlichem Betriebssystem und Cloud-Anbindung*
- *Flexibilisierung und ressourcenschonende Fertigung durch künstliche Intelligenz und Mensch-Roboter-Kooperation*



### Nachhaltig

- *Mission:Zero – Bilanziell CO<sub>2</sub>-neutrale Audi Werk-Standorte bis 2025*
- *CO<sub>2</sub>-neutrale Ausrichtung der Wertschöpfung*
- *Vorsprung 2030: Neue Audi Modelle ab 2026 rein elektrisch und Auslaufen der Verbrenner Produktion bis 2033*
- *Nachhaltigkeit in der Unternehmenssteuerung verankert*



### Urban

- *Signifikanter Marktanteil bei Premiummobilitätsdienstleistungen*
- *Einbettung der Angebote in gesamtstädtische intermodale Mobilitätskonzepte*
- *Führende Position im automatisierten und autonomen Fahren*

Die Mission stellt das Unternehmensleitbild dar und verknüpft die Unternehmensvision mit messbaren Unternehmenszielen

# Vorgehen im Arbeitskreis 2 – Strategieentwicklung 2030+

## Schritt 1

**Analysieren der Trends und des Status-Quo**

## Schritt 2

		Qualität	Vertriebsnetz	Kunden-nähe	Innovations-fähigkeit
Brückung der GAP	bis heute				
	ab morgen				
SEF-Maßnahmen heute		Company			

**Entwicklung und Auswahl von Strategieoptionen**

## Schritt 3

	Leistungswirtschaftliche Strategie	Finanzwirtschaftliche Strategie	Soziale Strategie	Informationsstrategie
<b>Ziele</b>				
<b>Mittel</b>				
<b>Verfahren</b>				

**Erarbeiten der möglichen Maßnahmen**

## Schritt 4

Zeitplan	Verantw.	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Strategieziel 1</b>															
Maßnahme 1.1	Verw. AB														
Maßnahme 1.2	Verw. ST														
<b>Strategieziel 2</b>															
Maßnahme 2.1	Verw. GP														
Maßnahme 2.2	Verw. ST														
Maßnahme 2.3	Verw. AB														
Maßnahme 2.4	Verw. ST														
Maßnahme 2.5	Verw. ST														
<b>Strategieziel 3</b>															
Maßnahme 3.1	Verw. AB														
Maßnahme 3.2	Verw. ST														
Maßnahme 3.3	Verw. GP														
Maßnahme 3.4	Verw. ST														
<b>Strategieziel 4</b>															
Maßnahme 4.1	Verw. ST														
Maßnahme 4.2	Verw. AB														

**Einleiten des Veränderungsprogramms**

## Arbeitskreis 2 | Ziel des heutigen Termins

- Austausch zwischen den Unternehmen
- Diskussion der Erwartungshaltungen für das gesamte Projekt
- Vorstellung von aktuellen Megatrends
- Diskussion der Auswirkungen der Trends auf die Region
- Festlegen der nächsten Schritte



## Neben den inhaltlichen Zielen möchten wir den Austausch in der Region fördern



## Für die nachfolgenden Agenda-Punkte:

- **Zwischenfragen**            Bringen Sie sich gerne ein!
- **Fachdiskussionen**        Diskutieren Sie gerne offen Ihre Herausforderungen und challengen Sie die Herangehensweisen!
- **Networking**                Nutzen Sie Pausen, um die Diskussionen zu vertiefen!
- **Offenes Feedback**        Immer erwünscht!



Haben Sie noch weitere Fragen zum Vorgehen?

# Agenda – Kick-off Arbeitskreis 2

1	Ankommen und Begrüßung	09:00 – 09:15
2	Vorstellung der Teilnehmende	09:15 – 10:00
3	Vorstellung Strategie & Projektvorgehen	10:00 – 10:30
	<i>Kaffeepause</i>	<i>10:30 – 10:45</i>
4	Zielsetzung und Erwartungen	10:45 – 11:15
5	Vorstellung der Trends	11:15 – 12:00
	<i>Mittagspause</i>	<i>12:00 – 12:45</i>
6	Tour am RWTH Campus	12:45 – 13:30
7	Diskussion der Trends und Chancen	13:30 – 15:00
8	Wrap-Up und nächste Schritte	15:00 – 15:15



**KAFFEPAUSE**

*Fortsetzung um 10:45 Uhr*

# Agenda – Kick-off Arbeitskreis 2

1	Ankommen und Begrüßung	09:00 – 09:15
2	Vorstellung der Teilnehmende	09:15 – 10:00
3	Vorstellung Strategie & Projektvorgehen	10:00 – 10:30
	<i>Kaffeepause</i>	10:30 – 10:45
4	Zielsetzung und Erwartungen	10:45 – 11:15
5	Vorstellung der Trends	11:15 – 12:00
	<i>Mittagspause</i>	12:00 – 12:45
6	Tour am RWTH Campus	12:45 – 13:30
7	Diskussion der Trends und Chancen	13:30 – 15:00
8	Wrap-Up und nächste Schritte	15:00 – 15:15

# Was sind Ihre Erwartungen an den Tag?

**Herzlich Willkommen am RWTH Aachen Campus!**

Das erwarte ich vom Projekt...

Das erwarte ich vom Tag...



# Was sind Ihre Erwartungen an den Tag?

## Das erwarte ich vom Projekt...

Regionale Ressourcen intelligent miteinander verbinden, um Industrie und Gesellschaft nachhaltig zu fördern/ gestalten	Beitrag für die Zukunft der deutschen Automobilindustrie	Kommunikation & Partizipation im Strategieprozess
Genau Zieldefinition Arbeitskreis für Akquise von Unternehmen	Anregung zu Strategieentwicklung & Umsetzung	Leitfaden zur Vorgehensweise (Projekt)
Impulse / neue Ideen	Hintergrundinformationen Prognosen	Konkrete Ideen Wandel E-Mobilität, Zulieferernetzwerke, Bedarf OEMs / Tier 1-Zulieferer → Bsp Elektromobilität Süd West → Cluster in dem teilweise bis auf Teile-Ebene heruntergebrochen wird, wer aus dem Netzwerk was liefern kann
Vergleichbare Unternehmen „Parallelen ziehen“	Welche Herausforderungen können wir identifizieren? -Mobilitätsbedarfe -Marktentwicklung	
-Fachvorträge, Know-How Transfer → offener Austausch -Was wird für das Auto 2030 gebraucht? Zukunft MCD? → konkrete Infos, nicht abstrakt → Wo geht die Reise hin?	Netzwerke schaffen, v.a. Erfahrungen von Leuten sammeln, die einen solchen Strategieprozess / eine Transformation bereits durchlaufen haben	-Kontakte in der Region, idealerweise im Bereich EE-Architektur, Steuergeräte und MCD -Kooperationsprojekte, Forschungsprojekte -Ideen zur Transformation



Plan B visualisieren

## Das erwarte ich vom Tag...

Annäherung an geteilte Vision → Mission → Strategie	Fortsetzung der Handlungsfelder (Arbeitsgruppen)
Netzwerkaufbau	Ein gutes Verständnis der nächsten Schritte & von möglichen Nutzen des Workshops
Klarheit der „Vision“ (3 Jahre) und der „Mission“ (1 Jahr)	Erarbeitung einer gemeinsamen ersten Zielrichtung
Erste Struktur + Transparenz bzgl. Der weiteren Schritte	Klarheit über die weitere Vorgehensweise zu genannten Themen
Wie wird das Thema „Strategie“ angegangen?	Definition / Umfang der Aktivitäten in AP2 sowie Teilthema Nächste Schritte → Ressourcen?

## Agenda – Kick-off Arbeitskreis 2

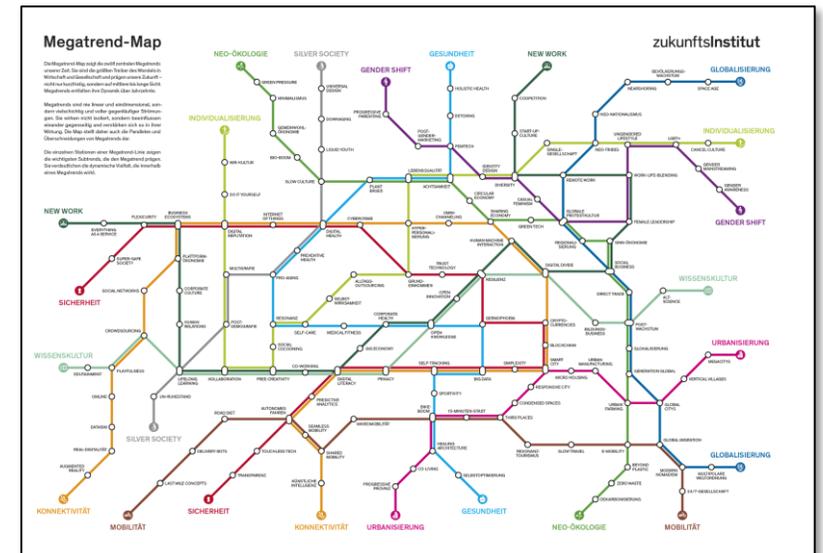
1	Ankommen und Begrüßung	09:00 – 09:15
2	Vorstellung der Teilnehmende	09:15 – 10:00
3	Vorstellung Strategie & Projektvorgehen	10:00 – 10:30
	<i>Kaffeepause</i>	10:30 – 10:45
4	Zielsetzung und Erwartungen	10:45 – 11:15
5	Vorstellung der Trends	11:15 – 12:00
	<i>Mittagspause</i>	12:00 – 12:45
6	Tour am RWTH Campus	12:45 – 13:30
7	Diskussion der Trends und Chancen	13:30 – 15:00
8	Wrap-Up und nächste Schritte	15:00 – 15:15

# Globale Megatrends beeinflussen die Automobilindustrie von OEM bis KMU

*Megatrends sind langfristige, makroökonomische Muster oder Veränderungen in der Gesellschaft und der Weltwirtschaft, die voraussichtlich erhebliche Auswirkungen auf Unternehmen, Branchen und die Gesellschaft als Ganzes haben werden.<sup>1</sup>*

## Eigenschaften

- Megatrends können eng miteinander verwandt sein und sich gegenseitig beeinflussen
- Megatrends variieren je nach Quelle und es gibt keine definite oder vollständige Liste
- Megatrends können je nach Kontext oder betrachteter Industrie eine unterschiedliche Relevanz besitzen



Quelle: 1) Naisbitt (1984), 2) ZukunftsInstitut



## Urbanisierung

- Anhaltende Abwanderung von Menschen aus ländlichen Gebieten in städtische Zentren
- Wachstum und Entwicklung der Städte führen zu einer höheren Bevölkerungsdichte und einem größeren Bedarf an Infrastruktur und Dienstleistungen
- Aufkommen sogenannter „Smart Cities“, die Technologien zur Verbesserung der Effizienz und der Lebensqualität der Einwohner einsetzen

### Prognosen

Deutschlands städtische Bevölkerung wächst von 2020 bis **2030** um **4,5 Mio.**<sup>1</sup>

**2050** leben **dreimal** so viele Menschen in afrikanische Städten (1,3 Mrd.)<sup>1</sup>

**2050** leben **66%** der Weltbevölkerung in städtischen Gebieten<sup>1</sup>





## Demografischer Wandel

- Zunahme des Anteils älterer Erwachsener an der Bevölkerung
- Rückgang der Fruchtbarkeits- und Geburtenrate
- Veränderungen in den Familienstrukturen und Lebensformen
- Auswirkungen auf die Erwerbsbeteiligung und das Wirtschaftswachstum
- Auswirkungen auf die Gesundheits-, Renten- und Sozialversicherungssysteme

### Prognosen

**2050** sind **2 Milliarden**

Menschen 65 Jahre  
alt oder älter<sup>1</sup>

Die Bevölkerung  
Japans sinkt um **30%**  
bis **2065**<sup>2</sup>

Der Anteil an US-BürgerInnen  
über 65 **verdoppelt** sich bis  
**2050** beinahe (22%)<sup>3</sup>





# Wirtschaftliche Globalisierung und Ungleichheit

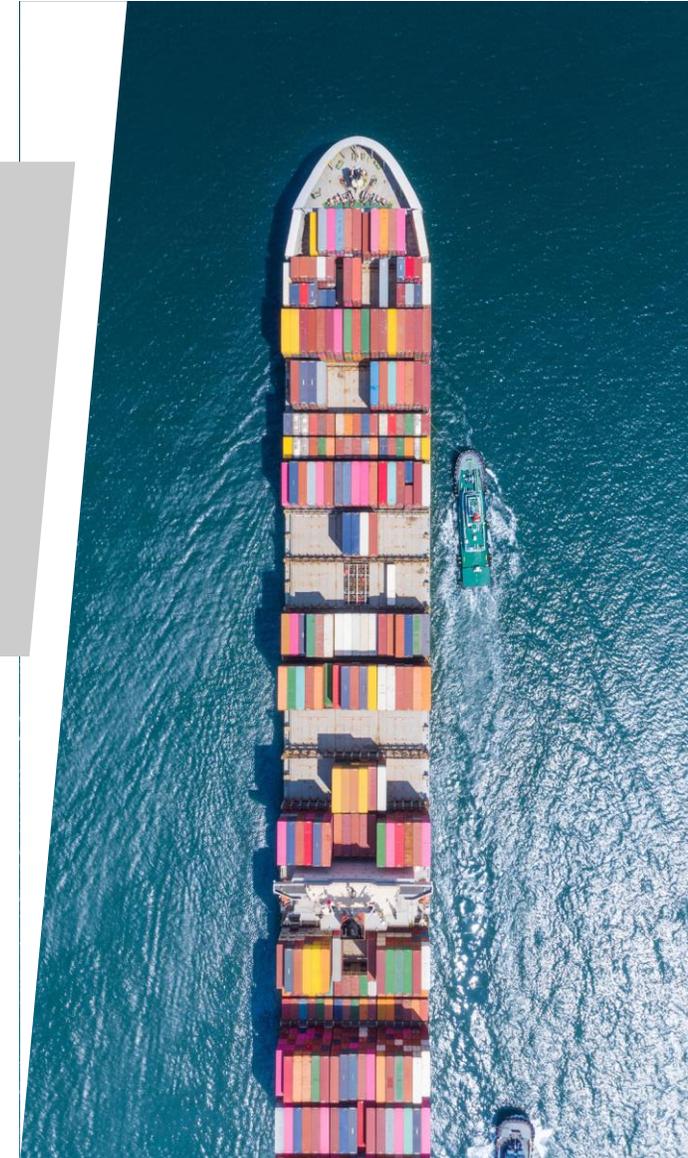
- Wachstum des internationalen Handels und der Investitionen
- Entstehen neuer Wirtschaftsmächte
- Zunahme der Einkommens- und Vermögensungleichheit
- Auswirkungen auf Arbeitsmärkte und Sozialsysteme
- Herausforderungen für die wirtschaftspolitische Steuerung und Koordinierung der Politik

## Prognosen

Das **BIP** der Schwellenländer wird das der Industrienationen bis **2040** übertreffen<sup>1</sup>

**2030** besitzen die oberen Einprozent **50%** des Gesamtwohlstandes<sup>2</sup>

Der globale Container-schiffmarkt **verdoppelt** sich bis **2028**<sup>3</sup>





## Digitalisierung und technologischer Fortschritt

- Rasche Entwicklungen bei künstlicher Intelligenz, Robotik und dem Internet der Dinge
- Zunahme von Konnektivität und Automatisierung
- Auswirkungen auf die Art der Arbeit und den Arbeitsmarkt
- Auswirkungen auf den Datenschutz und die Sicherheit
- Chancen für Innovation und Geschäftsmodelle

### Prognosen

**2035** wird **50%** des deutschen Fertigungsoutputs durch I4.0-Technologien generiert<sup>1</sup>

**50%** der weltweiten Jobs verlangen in **2030** digitale Fähigkeiten<sup>2</sup>

Der durch KI erzielte Produktivitätsgewinn beträgt **2040 15,7 Billionen \$**<sup>3</sup>





## Consumer Empowerment und veränderte Präferenzen

- Zunehmendes Verbraucherbewusstsein und Aktivismus
- Stärkere Betonung von Gesundheit, Wellness und Nachhaltigkeit
- Verlagerung auf Online- und Erlebniskonsum
- Auswirkungen auf den traditionellen Einzelhandel und die Konsumgüterindustrie
- Auswirkungen auf Marketing- und Branding-Strategien

### Prognosen

2030 erreicht der globale  
eCommerce-Markt **15**  
**Billiarden \$**<sup>1</sup>

**20%** der deutschen  
Lebensmittelkäufe finden  
**2025** online statt<sup>2</sup>

KonsumentInnen geben  
**2050 25%** ihrer Ausgaben für  
Health und Wellness<sup>1</sup>





## New Work

- Veränderungen in der Art und Struktur der Arbeit
- Auswirkungen von Automatisierung und Technologie auf Arbeitsplätze und Qualifikationen
- Auswirkungen auf die Arbeitsmärkte und die sozialen Sicherungssysteme
- Chancen für lebenslanges Lernen und Umschulung
- Herausforderungen für den Schutz von Arbeitnehmern und Arbeitsrechten

### Prognosen

2030 beträgt der Anteil an automatisierbaren Jobs in Entwicklungsländern **69%**<sup>1</sup>

Die Automatisierung wird bis 2030 weltweit bis zu 375 Mio. Arbeitsplätze verdrängen<sup>1</sup>

Die Anzahl an Menschen in Onlinekursen beträgt **2025 325 Mio.**<sup>2</sup>





# Klimawandel und ökologische Nachhaltigkeit

- Steigende Temperaturen und Meeresspiegel
- Häufigere und schwerere Wetterereignisse
- Verlust von biologischer Vielfalt und Ökosystemleistungen
- Auswirkungen auf Landwirtschaft, Wasserressourcen und menschliche Gesundheit
- Herausforderungen und Chancen für den Übergang zu kohlenstoffarmen Volkswirtschaften

## Prognosen

Temperaturanstieg um **1,5 Grad** bis zum Jahr **2040** bei weiterer Zunahme der THG-Emissionen im derzeitigen Tempo<sup>1</sup>

Bis **2050** sind voraussichtlich **1,4 Milliarden** Menschen vom Anstieg des Meeresspiegels betroffen<sup>2</sup>





## Transport und Mobilität

- Veränderungen in der Verkehrsnachfrage und bei den Verkehrsträgern
- Aufkommen neuer Technologien, wie z. B. Elektrofahrzeuge und autonome Fahrzeuge
- Auswirkungen auf die Stadtplanung, die Infrastruktur und die Umwelt
- Auswirkungen auf den Energieverbrauch und die Transportkosten
- Chancen für Innovationen und Geschäftsmodelle

### Prognosen

**2040** werden **20%** der Strecken durch autonome Fahrzeuge zurück gelegt<sup>1</sup>

**30%** der Distanzen werden **2050** intermodal zurückgelegt<sup>2</sup>





# Energiewende und erneuerbare Energien

- Hinwendung zu saubereren und nachhaltigeren Energiequellen
- Wachstum bei Solar-, Wind- und anderen erneuerbaren Energietechnologien
- Auswirkungen auf die Industrie für fossile Brennstoffe und Kernenergie
- Herausforderungen und Chancen für Energiespeicherung und Netzintegration
- Auswirkungen auf die Energiesicherheit und den Klimawandel

## Prognosen

**2050** steuern erneuerbare Energie **80%** zur globalen Energieversorgung bei<sup>1</sup>

**30 GW** Energie sollen **2030** in Deutschland durch Offshore-Windparks erzeugt werden<sup>2</sup>

**2040** sind **10%** der Häuser mit Photovoltaik ausgestattet<sup>3</sup>



## Die vorgestellten Megatrends stellen nur eine Auswahl dar



Healthcare  
Innovation



Urbanisierung



Digitalisierung und  
technologischer Fortschritt



Klimawandel und  
ökologische Nachhaltigkeit



Gender und  
soziale Gleichheit



Cybersecurity



Demografischer  
Wandel



Consumer Empowerment und  
veränderte Präferenzen



Transport und  
Mobilität



Nahrungsmittel-  
versorgung



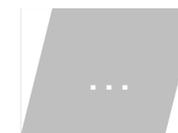
Wirtschaftliche Globalisierung  
und Ungleichheit



New Work



Energiewende und  
erneuerbare Energien



Welche Megatrends sind im Rahmen des Arbeitskreises außerdem von Relevanz?

**Welche Megatrends besitzen die größte Relevanz für die Automobil- und Zuliefererindustrie in der Region und sollten im weiteren Verlauf vertieft werden?**



<https://app.sli.do/event/wmNHgNmj9nD6cejucYmXKR>

# Ergebnis der Umfrage



# Agenda – Kick-off Arbeitskreis 2

1	Ankommen und Begrüßung	09:00 – 09:15
2	Vorstellung der Teilnehmende	09:15 – 10:00
3	Vorstellung Strategie & Projektvorgehen	10:00 – 10:30
	<i>Kaffeepause</i>	<i>10:30 – 10:45</i>
4	Zielsetzung und Erwartungen	10:45 – 11:15
5	Vorstellung der Trends	11:15 – 12:00
	<b><i>Mittagspause</i></b>	<b><i>12:00 – 12:45</i></b>
6	Tour am RWTH Campus	12:45 – 13:30
7	Diskussion der Trends und Chancen	13:30 – 15:00
8	Wrap-Up und nächste Schritte	15:00 – 15:15



# MITTAGESSEN

*Fortsetzung um 12:45 Uhr*

## Agenda – Kick-off Arbeitskreis 2

1	Ankommen und Begrüßung	09:00 – 09:15
2	Vorstellung der Teilnehmende	09:15 – 10:00
3	Vorstellung Strategie & Projektvorgehen	10:00 – 10:30
	<i>Kaffeepause</i>	<i>10:30 – 10:45</i>
4	Zielsetzung und Erwartungen	10:45 – 11:15
5	Vorstellung der Trends	11:15 – 12:00
	<i>Mittagspause</i>	<i>12:00 – 12:45</i>
6	Tour am RWTH Campus	12:45 – 13:30
7	Diskussion der Trends und Chancen	13:30 – 15:00
8	Wrap-Up und nächste Schritte	15:00 – 15:15

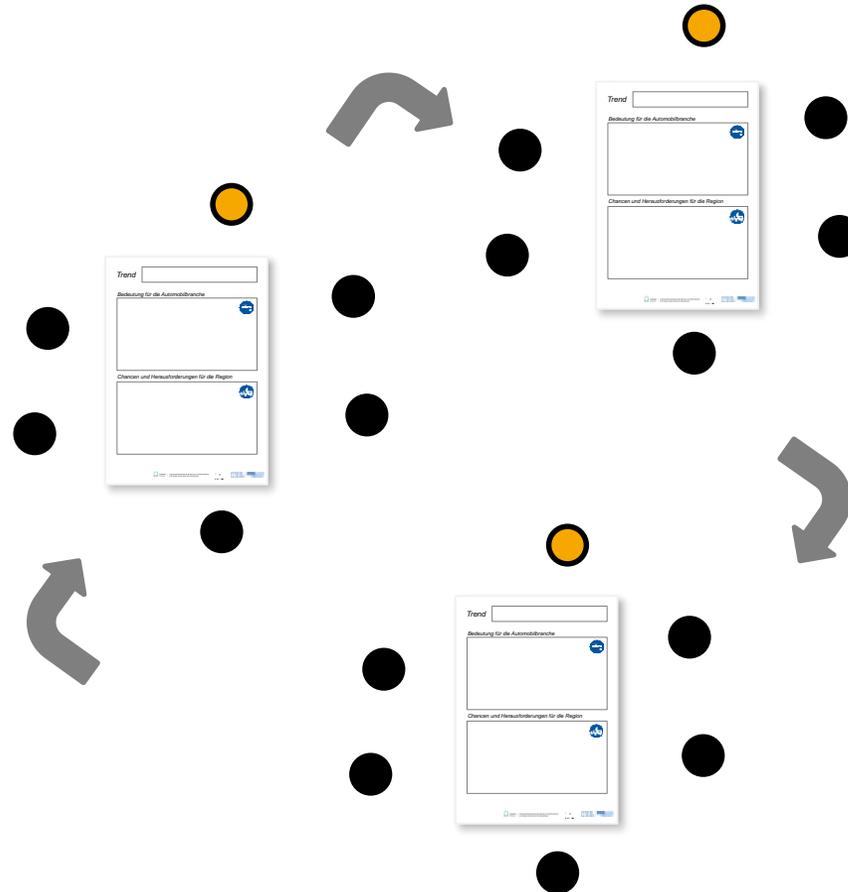
## Agenda – Kick-off Arbeitskreis 2

1	Ankommen und Begrüßung	09:00 – 09:15
2	Vorstellung der Teilnehmende	09:15 – 10:00
3	Vorstellung Strategie & Projektvorgehen	10:00 – 10:30
	<i>Kaffeepause</i>	10:30 – 10:45
4	Zielsetzung und Erwartungen	10:45 – 11:15
5	Vorstellung der Trends	11:15 – 12:00
	<i>Mittagspause</i>	12:00 – 12:45
6	Tour am RWTH Campus	12:45 – 13:30
7	Diskussion der Trends und Chancen	13:30 – 15:00
8	Wrap-Up und nächste Schritte	15:00 – 15:15

# World-Café – Trends für die Automobilbranche der Region

## VORGEHEN:

- Drei Stationen mit je 4-6 Personen + Moderator
- 10-20 minütige Gesprächsrunden
- Ergebnisse auf Worksheet notieren
- Moderator verbleibt am Platz; Teilnehmer rotieren
- Moderator stellt Ideen der Vorrunde vor; nächste Runde entwickelt diese weiter



# World-Café – Trends für die Automobilbranche der Region

Trend

Bedeutung für die Automobilbranche

Chancen und Herausforderungen für die Region

**Welche Auswirkungen hat der Trend auf die Automobilbranche?**

- Entstehen neue Kundengruppen in der Branche?
- Verändert sich das Produktportfolio der OEMs?
- Entstehen neue Regulatorische Trends in der Branche?
- ...

**Welche Chancen und Herausforderungen entstehen für die Region?**

- Können Sie durch den Trend neue Kundengruppen gewinnen?
- Können Sie neu entstehende Technologien in Ihrem Unternehmen nutzen?
- ...

# World-Café – Trends für die Automobilbranche der Region

Trend

## Transport und Mobilität

### Bedeutung für die Automobilbranche

- Wandel der Mobilitätskonzepte
  - Neue Mögliche Rolle zwischen Zulieferer und OEM
  - Bezahlbarkeit → sozialer Friede
- Verändere Wahrnehmung von Automobilherstellern in der Bevölkerung
- Individualverkehr noch möglich in Zukunft?
- Unsicherheit welche Konzepte zukünftig relevant / realistisch sind ?
- Sinkendes Volumen des Individualverkehrs (auch sinkendes Interesse)
- Autonomes Fahren → neue Regularien?
- Neue Unternehmen für Mobilitätskonzepte
  - Wer sind Die?
  - Unübersichtlich
- Steigende Flexibilität (notwendig)
  - Fertigung
  - Absatz



Trend

## Digitalisierung & technologischer Fortschritt

### Bedeutung für die Automobilbranche

- Kompetenz und Anforderungen an MA wandeln sich
- Globale Konkurrenz mit höherer IT-Kompetenz
- Produktivitätssteigerung durch Einsatz von Digitalisierung
- Verbesserung der Marktposition durch erfolgreiche Innovation
- Zunehmende Vernetzung → Kommunikation zwischen Produkten / Komponenten
- Plattforminfrastruktur → Skalierbarkeit intern / extern
- SaaS über das Produkt hinaus
- Neue Verkehrsleitsysteme
- Infotainmentsysteme
  - Systemkonnektivität
- USP über das Fahrzeug hinaus



### Chancen und Herausforderungen für die Region

- Wandel zur Elektromobilität → Infrastruktur
  - Neue Absatzmärkte, alte Technologien verschwinden
  - Möglichkeit neue Kundengruppen zu erschließen
- Herausforderung der Fertigung mit bestehenden Produktionstechnologien
- Shift im Fachkräftemangel → neue Skills sind notwendig → durch Umschulungen auffangen
- Wie kann ich bestehenden Know-How nutzen wenn Produkte nicht mehr nachgefragt werden → neue Produkte
- ! Abkehr vom Verbrennungsmotor ! → Perspektive für MA?
- Neue Märkte durch Produkte und Infrastruktur für autonomes Fahren
- Risiko und Chance: Konkurrenz vs. neue Absatzmöglichkeiten



### Chancen und Herausforderungen für die Region

- Anforderungen im Datenschutz → hohe Anforderungen und Regularien → geistige Leistungen
- Fachkräftemangel mit entsprechenden Qualifikationen (Attraktivität der AG)
- Wettbewerbsnachteile durch fehlende Kompetenz
- Möglichkeit externes Know-How Remote zu gewinnen (Fachkräfte IT ohne Standortbezug)
- Standortsicherung durch Einsatz neuer Technologien
- Vereinfachte Kommunikation + Zusammenarbeit
- Effizienzsteigerung durch Produktionsprozesse → Kostenvorteile
- Neue Märkte für Digitalisierungslösungen über Automobilindustrie hinaus
- After Sales Service / Service Prozesse vereinfachen / Beschleunigen



# World-Café – Trends für die Automobilbranche der Region

Trend

## Energiewende & erneuerbare Energien

*Bedeutung für die Automobilbranche*

- Energiemanagement + Netzausbau (Transport)
- Neuer Markt erneuerbare Energien (bspw. Know-How Transfer Kommunikationsprotokoll)
- Verfügbarkeit von grünem Strom
  - Eigene Erzeugung
    - Best Practices PV Wind
    - Regulation
  - Eigene Fertigung
  - Strompreis (Wettbewerbsfähigkeit)
- Planbarkeit durch hohen Einfluss politischer Entscheidungen
- Verfügbarkeit von grünem Wasserstoff
- Limitierte Ressourcen erfordern klare Ausrichtung
- Notwendig: Fokus Effizienzsteigerung



*Chancen und Herausforderungen für die Region*

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>•Neue Märkte (volatil, ungewiss)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>– Wasserstoff</li> <li>– Windkraft</li> </ul> </li> <li>•Kooperation (Input mit Forschung, THs, Avantis)</li> <li>•Image</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Verfügbarkeit</li> <li>•CO2-Neutralität</li> <li>•KHT in andere Bereiche</li> <li>•Teure Energie</li> <li>•Mangelndes (definiertes) Subventionsangebot</li> <li>•Mangelnde Infos über Programme</li> </ul> |
|--|--|



Trend

## Demografischer Wandel

*Bedeutung für die Automobilbranche*

- Geringere Bedeutung privater PKWs (jüngere Generation & urbane Region)
- Schwindendes Markenbewusstsein
- Altersgerechte Mobilität
  - Mobilitätsbedürfnis
- Fachkräftemangel
- Wissensmanagement /-transfer
  - KMU, Familienunternehmen → Nachfolgerregelung
  - 1-fach besetzte Funktionen / vorhandene Kompetenz



*Chancen und Herausforderungen für die Region*

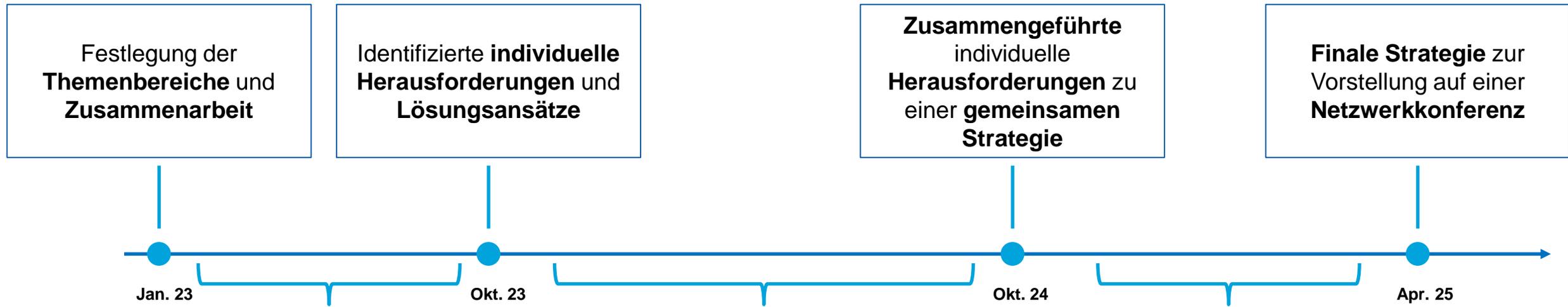
- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>•Unis in der Region</li> <li>•Neue Produkte können sich etablieren</li> <li>•Standort allgemein</li> <li>•„frei werdende“ Facharbeiter umschulen</li> <li>•Outsourcen von Arbeitskräften</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Gute Facharbeiter finden</li> <li>•Begrenzte Kaufkraft → bezahlbare Mobilität</li> <li>•Entfallende Skaleneffekte (tech. Lösungen / Abnehmergruppen)</li> <li>•Angebote Qualifizierung</li> <li>•Einschätzung Eignung bei „Entwicklungsprojekten“</li> <li>•Aufrechterhalten von Versorgung</li> </ul> |
|--|--|
- Lebenslanges Lernen



# Agenda – Kick-off Arbeitskreis 2

1	Ankommen und Begrüßung	09:00 – 09:15
2	Vorstellung der Teilnehmende	09:15 – 10:00
3	Vorstellung Strategie & Projektvorgehen	10:00 – 10:30
	<i>Kaffeepause</i>	10:30 – 10:45
4	Zielsetzung und Erwartungen	10:45 – 11:15
5	Vorstellung der Trends	11:15 – 12:00
	<i>Mittagspause</i>	12:00 – 12:45
6	Tour am RWTH Campus	12:45 – 13:30
7	Diskussion der Trends und Chancen	13:30 – 15:00
8	Wrap-Up und nächste Schritte	15:00 – 15:15

# Roadmap für den Arbeitskreis 2 – Strategieentwicklung 2030+



	Gemeinsame <b>Workshops</b> im <b>Arbeitskreis</b>		Gemeinsame <b>Unternehmensbesuche</b> im <b>Arbeitskreis</b>
	<b>Einzelinterviews</b> zu spezifischen <b>Fragestellungen</b>		<b>Impulsvorträge und –diskussionen</b> zu <b>Trendthemen</b> in der <b>Automobilbranche</b>

# Nächste Schritte



## Nächste Schritte innerhalb des Projektes

- **Dokumentation und Versand** der Ergebnisse aus dem Kick-Off
- **Ableitung der relevanten Themenbereiche** für die nächsten Treffen
- **Erweiterung des Konsortiums** um mehr Unternehmen
- **Einladung** zu den nächsten **Treffen** und möglichen **Unternehmensbesuchen** zur Diskussion der Themen vor Ort

**GUTE HEIMREISE!**



# Projektteam | Bei Fragen und Anmerkungen, kommen Sie gerne auf uns zu!



## Henning Neumann, M.Sc.

### Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Werkzeugmaschinenlabor WZL der  
RWTH Aachen University

Campus-Boulevard 30, 52074 Aachen

Mobil: +49 241 80-23619

E-Mail: [h.neumann@wzl.rwth-aachen.de](mailto:h.neumann@wzl.rwth-aachen.de)



## Matthias Oly, M.Sc.

### Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Werkzeugmaschinenlabor WZL der  
RWTH Aachen University

Campus-Boulevard 30, 52074 Aachen

Mobil: +49 1514 3167625

E-Mail: [m.oly@wzl.rwth-aachen.de](mailto:m.oly@wzl.rwth-aachen.de)



## Tim Hommen, M.Sc.

### Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Werkzeugmaschinenlabor WZL der  
RWTH Aachen University

Campus-Boulevard 30, 52074 Aachen

Mobil: +49 241 80 28104

E-Mail: [t.hommen@wzl.rwth-aachen.de](mailto:t.hommen@wzl.rwth-aachen.de)



## Benedict Janssen, M.Sc.

### Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Werkzeugmaschinenlabor WZL der  
RWTH Aachen University

Campus-Boulevard 30, 52074 Aachen

Mobil: +49 151 431 69712

E-Mail: [b.janssen@wzl.rwth-aachen.de](mailto:b.janssen@wzl.rwth-aachen.de)